

A REDENÇÃO DA TV E DO VIDEOGAME. SIM, É SURPREENDENTE!

Larissa Leda Fonseca ROCHA⁶²

Resenha

JOHNSON, Steven. **Surpreendente!**: A televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Desde o início do seu livro Steven Johnson nos apresenta qual sua hipótese geral de trabalho e nos indica claramente o caminho que pretende seguir para nos demonstrar o que sugere o subtítulo de seu livro: como o consumo da televisão e do videogame proporcionou um aumento significativo de nossas habilidades cognitivas. O autor nos diz que há, hoje, um tipo novo e diferente de educação que não está acontecendo nas salas de aulas ou com livros repousados sobre os colos de leitores assíduos dos clássicos de literatura, mas em telas de televisão e computadores, em porões de casa e sofás confortáveis e que está sendo realizado pela maioria dos consumidores de entretenimento da era digital, é o que chama de Curva do Dominhoco. “Os tipos mais degradantes de diversão de massa – videogames e filmes violentos de televisão, bem como as sitcoms (comédias de costumes), próprias para jovens –, no final das contas, revelaram ser saudáveis” (p. 8). Ao contrário da posição corrente que considera que a indústria cultural promove uma cultura de massa rasa e imbecilizada, Johnson afirma que o que está acontecendo é justamente ao contrário, do ponto de vista intelectual a cultura está cada vez mais sofisticada e não em direção à bancarrota absoluta.

62 Doutoranda em Comunicação Social pela PUC-RS. Mestre em Comunicação Social pela UFF. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA. Autora do livro “Diluindo Fronteiras: hibridizações entre a realidade e a ficcionalidade na narrativa da telenovela” (Edufma). Coordenadora do projeto de pesquisa financiado pela Fapema “Maldade em outra ótica: a feiura moral sob o véu da beleza na narrativa da telenovela”. Editora da revista Cambiassu, do Departamento de Comunicação Social da UFMA. Email: larissaleda@gmail.com

Além desta hipótese de trabalho – por si só já instigante – são apresentadas na obra as causas prováveis para que seja possível falar em Curva do Dorminhoco, que inclui anseios neurológicos do cérebro, a sofisticada economia da indústria cultural e um avanço tecnológico sem igual. Estas forças “colidem” e resultam em uma maneira específica de funcionamento da cultura de massa e do modo como as pessoas se apropriam disto. O autor, basicamente, nos pede para pensar sob uma nova lógica, não mais o embotamento cerebral promovido e organizado pela indústria do entretenimento como o cinema, a TV e o videogame, mas justo o oposto disso, a potencialização de nossas faculdades cognitivas. Ao invés de significar declínio e atrofia, a cultura popular⁶³ tem se tornado cada vez mais complexa e nos ajudado a exercitar nossas mentes de modo mais poderoso. Uma ressalva, porém, é fundamental. Para compreender e mesmo reconhecer a existência da Curva do Dominhoco é preciso tirar da equação o julgamento moral do conteúdo da cultura popular, como diz o autor, “abolir a tirania da moralidade” (p. 11). Naturalmente, se avaliarmos a mídia com base nos padrões morais do que é transmitido por lá só será possível ver um declínio absoluto na sua história. Mas não há um único modo de avaliar as práticas da indústria cultural e deixando de lado, por um momento, a moralidade do julgamento será possível reconhecermos que a mídia vem operando de tal forma e nos exigindo um tipo de pensamento que amplia nossas capacidades cognitivas e isso, talvez, seja mais importante do que os programas de tv ou os videogames nos passarem uma série de lições de vida. “A atual cultura popular pode não estar nos mostrando o caminho moralmente correto, mas está nos tornando mais inteligentes” (p. 12).

Surpreendente! é dividido em duas partes, além da introdução e de “Leitura Adicional” ao final do livro. Na “Parte Um” ocupa-se em desvelar o que a indústria do entretenimento – e os consumidores – vem fazendo com os jogos, a televisão, a internet e o cinema. Esta parte, na verdade, vem organizada em quatro subpartes separadas de acordo com as mídias mencionadas, e ocupa a maior parte da obra. A “Parte Dois” do livro não traz subpartes, mas foca suas atenções em falar sobre o aumento do QI nos

⁶³ Em sua obra, traduzida no Brasil por Luciana Gomes e Lucya Duarte, o autor usa as expressões “cultura popular” para referir-se à cultura de massas, oriunda do sistema da indústria cultural, e “objeto cultural”, para referir-se aos objetos que são o resultado produtivo desta indústria. Aqui neste trabalho usaremos a expressão escolhida pelo autor e/ou suas tradutoras.

últimos anos e as forças que impulsionam a Curva do Dorminhoco: econômica, tecnológica e neurológica. Por fim, Johnson fecha a parte dois da obra voltando à questão do julgamento moral da cultura popular e de elementos correlatos a este debate, como o tratamento da violência em filmes, séries de TV e videogames.

Johnson não poupa fôlego ao falar sobre jogos e sobre televisão, destinando uma atenção mais reduzida à internet e ao cinema, provavelmente por que as mídias que vem apresentando os desafios cognitivos que o interessam são justamente a indústria de videogames e os seriados de televisão. O autor posiciona a questão fundamental para a qual devemos voltar nossas atenções: a pergunta que interessa não é se os jogos mostram-se como um divertimento mais sofisticado para as crianças hoje do que a maioria das outras experiências culturais às quais são submetidas, isso é claro. A pergunta é: afinal, por que os jogos cativam tanto se, hoje, a maior parte deles – ao menos os mais vendidos no mundo – são “diabolicamente, algumas vezes enlouquecidamente, difíceis?” (p. 21). O autor vai apoiar-se na neurociência para buscar esta resposta e vai concentrar-se em nos dizer que não é o tema dos jogos que seduz, é o sistema de recompensa neles que tanto atrai. E volta a diminuir o conteúdo dos jogos em valorização do modo como são usados. Dito de outro modo: “não é o *que* você está pensando quando está jogando, é o *modo* como você está pensando que importa” (p. 33). Se não é o conteúdo que tanto importa, é possível focar nossa atenção no “aprendizado colateral” que o jogo proporciona e ele é todo baseado na tomada de decisões. Esta é a atividade básica do jogador e “nenhuma outra forma de cultura popular mobiliza diretamente o dispositivo de tomada de decisão do cérebro da mesma maneira” (p. 34). Estas decisões são baseadas em duas modalidades de trabalho intelectual fundamentais: a sondagem e a investigação telescópica.

A sondagem tem relação com o aprendizado das regras do jogo, que só é possível aprender jogando, literalmente. É parte fundamental da experiência do videogame as ambiguidades nas regras e nos objetivos, então o sucesso no jogo está justamente na decifração das regras do universo onde a experiência está acontecendo. Mas há, além das regras, o que Johnson chama de “física do mundo virtual”. Ao executar um jogo o computador não segue apenas as regras, ele “concebe um mundo inteiro, um mundo com biologia, luz, economia, relações sociais, condições climáticas

(...) você está sondando a física de um mundo quando começa a descobrir padrões e tendências sutis no modo como o computador está executado a simulação” (p. 36).

Mas ao “brincar” com um videogame um jogador nunca tem apenas um objetivo, são vários, simultaneamente em jogo e estes objetivos ainda se organizam mentalmente de modo aninhado e hierárquico. O trabalho mental de organizar todos estes objetivos o autor chama de “investigação telescópica”, do modo como vão se encobrendo um dentro do outro como um “telescópio desmontado”. Este modo de investigação tem relação com a questão da ordem e da construção de hierarquias adequadas de tarefas para poder evoluir através delas na sequência correta, ou seja, perceber relações e definir prioridades. “O que você verdadeiramente faz ao jogar (...) tem a ver com descobrir ordem e significado no mundo, e tomar decisões que ajudem a criar essa ordem” (p. 49).

Ao pensar sobre a televisão Johnson nos fala que há um desenvolvimento rigoroso e rápido e isto está relacionado à mudanças econômicas nos negócios da televisão e ao desenvolvimento tecnológico que permite assistir tv hoje de outro modo, em nada semelhante ao consumo síncrono entre emissão e recepção de poucos anos atrás. Há três elementos primordiais onde o autor apoia-se para pensar como a televisão – e suas narrativas – vem contribuindo para nosso desenvolvimento cognitivo: enredos múltiplos, setas intermitentes e redes sociais.

Hoje o drama com enredos múltiplos se tornou o mais recorrente no gênero de ficção no horário nobre da televisão norte-americana⁶⁴. Desde os anos 80 a complexidade das narrativas vem aumentando sistematicamente e exige que os espectadores preencham elementos cruciais para a história fazer sentido, ou seja, não se trata apenas de ver um programa inteligente, mas de lançar mão de um trabalho intelectual fora da tela para o consumo pleno – e compreensivo – das histórias, exige-se um consumo inteligente. Nas ficções de televisão atuais há vários enredos diferentes sendo contados ao mesmo tempo, uns se sobrepondo aos outros. Um dos elementos que ajudam a complexificar as narrativas é o trabalhos que os roteiristas fazem com as setas

⁶⁴ A televisão norte-americana é o cenário das análises empíricas de Johnson.

intermitentes, que são como uma espécie de sinalização da narrativa, que ajudam as pessoas a entender o que se passa na tela e o sentido que devem dar a certos signos.

Nas narrativas clássicas as setas intermitentes diminuem consideravelmente o trabalho interpretativo/analítico do espectador para que possa compreender a história. Com as setas nos lugares corretos, tudo que é preciso fazer é segui-las e a narrativa será inteligível. Não há nenhum mistério sobre a atividade imediata na tela, ela é sempre perfeitamente entendível. A questão é que nas narrativas contemporâneas, baseadas em enredos múltiplos, não nos perguntamos apenas como tudo aquilo vai terminar, mas afinal, o que está acontecendo na história agora. A questão é que os roteiristas nos obrigam a ficar no escuro, nos negam acesso às setas intermitentes porque desejam que sejamos capazes de desvendar a história, usando nossas próprias habilidades cognitivas. Há como que uma confiança implícita entre os espectadores e a narrativa, uma certa tolerância às ambiguidades e ausência de sentido pois quem assiste a uma dessas ficções tem que saber o que não deve saber, o que não será oferecido pela história pois parte do prazer é o espectador “preencher” os espaços vazios para só então a narrativa ficar plena de significado. “A maneira mais marcante de medir a complexidade desses programas é considerar o montante de informações externas que o espectador tem que acumular para ‘compreender’ inteiramente as piadas”(p. 67).

Johnson também volta suas atenções para os reality shows. Apesar de nos alertar que estes programas sempre podem ser questionados sobre sua qualidade, não é possível negar os méritos do gênero e sua estrutura é “fidedigna a um videogame” (p. 73): há uma imprevisibilidade nas regras que não são estabelecidas logo de início, o que é parte do fascínio. O prazer, que ajuda a entender as enormes fatias de audiência que estes programas alcançam, vem do fato de “colocar outros seres humanos em um meio ambiente complexo e de alto risco, onde não há estratégias estabelecidas e ver como eles se orientam” (p. 75). Os reality shows até excedem as demandas cognitivas da audiência, em relação aos jogos, pois estimulam as ramificações dos contatos sociais dos telespectadores que, ao analisar cada passo dado pelos participantes, acabam jogando junto com eles. Trata-se não apenas de adaptar-se à regras mutáveis e de planejamento das estratégias de ação, mas de fazer tudo isso em um “campo minado de relacionamentos pessoais” (p. 76). Se é verdade que as narrativas contemporâneas da

ficção para a televisão nos desafiam a acompanhar múltiplas tramas, os reality shows “exigem que sigamos múltiplos relacionamentos” (p. 85). Seguir um reality show é seguir essa trama, essa rede social do universo criado na tela.

Johnson concentra a parte dois de seu livro falando sobre as forças que impulsionam a Curva do Dorminhoco: econômica, tecnológica e neurológica. Sim, há nesse jogo de produção de objetos culturais que nos desafiam cognitivamente poderosas forças de mercado que moldam o entretenimento popular; o impulso oferecido por tendências tecnológicas de longo prazo; e, por fim, demandas que vem lá do “fundo do cérebro humano” (p. 127).

Há uma “economia da repetição”, gerada pela alta rentabilidade da exibição/venda de reprises, que se relaciona com a Curva do Dorminhoco. Se a meta final da indústria deixa de ser a exibição única de uma narrativa e passa a ser a repetição dessa exibição, essa mudança vai afetar o conteúdo das ficções televisivas. Os programas que conseguem sustentar várias exibições sem ficarem cansativos e entediantes para o público são aqueles que vão gerar mais lucros na “distribuição autorizada”. Trata-se de levar a parte mais vultosa do lucro do “ao vivo” para as coleções, para os box de DVD com a última temporada daquele seriado preferido. “Sempre que a cultura popular troca seus incentivos econômicos de sucessos rápidos para uma repetição a longo prazo, surge um aumento correspondente na qualidade e na profundidade” (p. 133).

Naturalmente este cenário é ainda o resultado do desenvolvimento de uma série de tecnologias, de “máquinas de repetição”, que permitem diminuir o ritmo ou voltar no tempo, como os DVDs, por exemplo. A internet – e a reunião nela de espectadores fiéis de programas de TV e jogadores de videogames – permitiu que conhecimento especializado de consumidores atentos pudessem ser compartilhados pelas pessoas, ajudando a compreender o sentido das narrativas e descobrindo os truques dos jogos. Os sites onde estes consumidores se encontram e partilham informações sobre seus programas e jogos preferidos funcionam como um “anel de decodificação” para a complexidades desses objetos culturais. “Fãs devotos são co-autores de documentos públicos maciços (...) que existem on-line como ferramentas evoluídas de trabalho do conhecimento popular, sempre atualizados por seus fãs dedicados” (p.137). A

complexidade, assim, só aumenta. A Curva do Dorminhoco é o resultado sim de investimento econômicos da indústria na produção de uma cultura mais desafiante, graças às tecnologias da repetição e do metacomentário, mas apenas porque existem cérebros que desejam ser desafiados.

Há que se considerar, por fim, as “más notícias”. Johnson admite que há certos tipos de experiências que não podem ser transmitidas ou vividas de forma conectiva e abreviada. O texto transmitido em rede tem suas próprias riquezas, mas exigem um tipo de inteligência e habilidade diferentes daquelas demandadas pela leitura de um argumento que se sustenta por 200 páginas ou mais em um livro. Se a narrativa não envolve interatividade e o texto exige o acompanhamento do desenvolvimento de uma ideia de forma contínua, o autor é claro: “A Curva do Dorminhoco sugere que a cultura popular não está fazendo um bom trabalho” (p. 150). Além disso é importante atentar para a questão do conteúdo moral, tema abordado no início do livro e retomado em suas últimas páginas.

O primeiro ponto a se considerar em meio à polêmica da indústria cultural estar ajudando a construir um conjunto de consumidores desenvolvidos cognitivamente mas pobres moralmente é que o autor acredita que provavelmente superestimamos a extensão pela qual nossos valores mais centrais e fundamentais são, realmente, transmitidos pela mídia. Além disso, a maior parte dos conteúdos da mídia acaba girando ao redor de estruturas tradicionais de moralidade. Outro ponto a ser considerado é se toda a violência denunciada nos objetos culturais tem efeito na mente das pessoas. Johnson diz que a maior parte das pessoas compreende que a violência exibida é, afinal, fictícia, mas o exercício mental empregado no consumo destes objetos é real. “O conteúdo da maior parte do entretenimento tem menos impacto do que o tipo de raciocínio que o entretenimento força você a fazer” (p. 153). Johnson conclui dizendo que aquilo que defende é uma mudança nos parâmetros para a qualificação do que é lixo e do que é verdadeiramente substancial, já que a corrida em direção ao fundo do poço é um mito e não somos um conjunto acéfalo de preguiçosos mentais. A indústria nos oferece objetos culturais cada vez mais sofisticados e “nossos cérebros gravitam alegremente para essa complexidade recém-descoberta” (p. 159).